

運送の問題解決としての共同物流

～ 競争は商品で物流は共同で ライバルと協業 ～

味の素やカゴメ、ハウス食品グループ本社、日清フーズの食品大手4社は、2019年を目途に物流を一本化する検討に入ると発表しました。工場から共同配送拠点への物流や、配送拠点から顧客企業までの物流も共同で取り組みます。深刻化するドライバー不足に対応するため、ライバル会社同士が手を携えて共通の課題克服に取り組みます。

これまで、食品メーカー各社は自前の物流子会社を設立し、個別に全国の物流体制を構築してきました。

しかし、近年のドライバー不足に対応するため、2015年2月に味の素やカゴメなど6社が物流戦略を共同で策定する協議組織「食品企業物流プラットフォーム（F-LINE プロジェクト）」を構築しました。北海道で実施した共同配送プロジェクトでは、各社ばらばらだった納品書伝票を統一し、配送件数が約16%減少したほか、二酸化炭素（CO₂）も16%削減できました。

食品大手による共同配送の取り組み

2013年末	ドライバーの人手不足を背景に食品大手各社がトラックを確保しづらい状況が発生
2015年2月	味の素、カゴメ、ミツカン、日清オイリオグループ、日清フーズ、ハウス食品グループ本社の6社が、物流戦略を共同で策定する協議組織「食品企業物流プラットフォーム」を構築
2016年3月	味の素とミツカンが、関東と関西の物流センター間で鉄道を使った製品の往復共同輸送を開始
4月	味の素、カゴメなど食品大手6社が、北海道で共同配送を開始
2017年	味の素、カゴメ、日清フーズ、ハウス食品グループ本社の4社が、北海道地区と九州地区で共同物流を手がける共同出資会社を設立
2019年（検討）	味の素、カゴメ、ハウス食品グループ本社の物流子会社の統合



食品メーカー4社による均等出資

食品企業物流プラットフォーム



食品物流システムの効率化

物流企画・戦略立案・課題解決

情報一元化

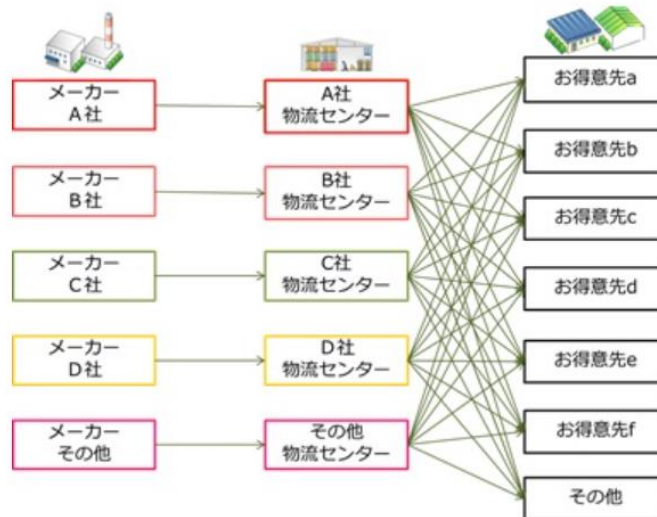


様々な食品物流の課題に対応します。

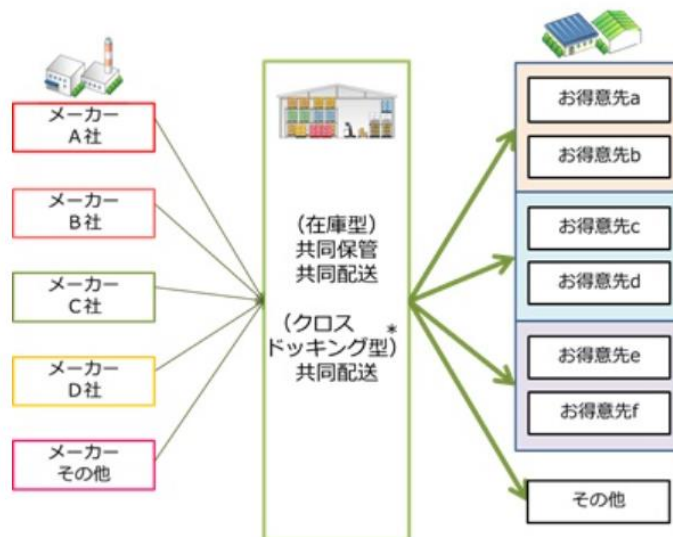
「食品企業物流プラットフォーム（F-LINE プロジェクト）」に参加する食品メーカー各社は調味料などの加工食品で、激しいシェア争いを繰り広げています。しかし、ドライバー不足やインターネット販売の普及に伴う取扱品数の増加で物流コストが増加しています。こうした状況のなかで「競争は商品で、物流は共同で」（味の素 堀尾仁物流企画部長）という考え方が食品大手企業の中で生まれてきているのです。

《共同配送イメージ図》

（現行）



（変更後）



* 複数の工場もしくは物流センターからの商品を集約し、保管することなく、お客様先毎にまとめて配送する方法のこと。

資料番号:戦略B-3-13

出所:『日本経済新聞』2016年12月2日付

ダイヤモンドオンライン (ダイヤモンド社) HP <http://diamond.jp/>

味の素 HP <https://www.ajinomoto.com/>